

AperTO - Archivio Istituzionale Open Access dell'Università di Torino

**Romanzi cinguettati e contraintes virtuali. Come Twitter gioca e fa giocare con l'arte del narrare**

**This is a pre print version of the following article:**

*Original Citation:*

*Availability:*

This version is available <http://hdl.handle.net/2318/154725> since

*Terms of use:*

Open Access

Anyone can freely access the full text of works made available as "Open Access". Works made available under a Creative Commons license can be used according to the terms and conditions of said license. Use of all other works requires consent of the right holder (author or publisher) if not exempted from copyright protection by the applicable law.

(Article begins on next page)

## **Romanzi cinguettati e *contraintes* virtuali. Come Twitter gioca e fa giocare con l'arte del narrare – Alessandra Chiappori**

Questo intervento si concentra su una realtà editoriale di nicchia, ancora incerta tra l'essere considerata un valido prodotto di una nuova forma di editoria partecipativa e digitale, o un semplice *divertissement*, esperimento letterario figlio di una tradizione che parte dall'Oulipo francese di Raymond Queneau, attraversa gli ipertesti metaletterari di Italo Calvino e approda al libro game. Si tratta della cosiddetta *Twitter novel*, il romanzo costruito su Twitter e composto interamente da tweet di massimo 140 caratteri. Ancora rari sono gli esempi di narrazioni lunghe costruite tweet dopo tweet. Due, in particolare, si sono imposte alla nostra attenzione, perché recenti, perché diffuse su due differenti mercati e perché entrambe divenute, da flusso di tweet condiviso sulla rete, vero e proprio romanzo che accorpa i messaggi trasformandosi in un ebook, versione digitale di un romanzo che, mantenendo il richiamo alla rete, è però leggibile come un prodotto editoriale classico: una storia lineare, finita.

Si tratta di *Black Box*, di Jennifer Egan e di *#tWeBook*, di Tito Faraci e Claudia Maria Bertola. *Scatola nera*, così è stato titolato in Italia da Minimum Fax, che ha deciso di tradurlo, nel rispetto della regola dei 140 caratteri, sulla scia della fama dell'autrice vincitrice del Pulitzer 2011 (con un libro a caratteri sperimentali quale *Il tempo è un bastardo*), è una spy story dai toni distopici. Il racconto è stato commissionato dal settimanale New Yorker che, su proposta e sfida della stessa autrice, ha accettato l'idea e lo ha postato sotto forma di un tweet al minuto, dalle 8 alle 9 di sera per 10 giorni. Esperimento pubblicitario, con tanti aspetti del feuilleton ottocentesco come la commissione da parte di un giornale e l'attesa tra un puntata e l'altra, il romanzo nasce per il social network, ma non è originato su Twitter, postato tweet dopo tweet in attesa di commenti o ri-tweet, scritto in mobilità come, di norma, avviene per la maggior parte dei tweet. *Scatola nera* è pensato e scritto da una sola autrice, rispettando il vincolo dei 140 caratteri, ma in solitudine, come avverrebbe per un tradizionale romanzo. Spiega Lisanti (2012) in un articolo dedicato al romanzo che cita a sua volta dal New Yorker: "Egan, che non è mai stata una grande frequentatrice di twitter (all'attivo 7 tweets) ha dichiarato di aver impiegato più di un anno per scrivere *Black Box*, imparando a «controllare e calibrare il materiale», che in origine contava quasi il doppio delle attuali 8500 parole, e aiutandosi con un taccuino con otto rettangoli per pagina. La twitter novel non è un'idea nuova, ne è consapevole ma «è un'idea ricca di potenzialità, per l'intimità che deriva dal poter raggiungere i lettori attraverso i cellulari per esempio, e per la strana poesia che scaturisce da 140 caratteri»". Presumibilmente inoltre, a giudicare dalle correzioni autografe, l'autrice ha anche

potuto permettersi ritorni indietro e aggiustamenti altrimenti impossibili nel flusso del social network.

Altra è invece la vicenda di *#tWeBook*, che nasce per Twitter e su Twitter, e che anzi cresce e si alimenta della stessa rete, dalle attese degli utenti. La storia si avvia da un singolo tweet, nucleo narrativo autonomo e di per sé già funzionante, postato per gioco (così dichiarano gli stessi autori nell'intervista a Finzioni Magazine) da Claudia Maria Bertola sotto lo pseudonimo-avatar di @AngiolettoFree. A partire da questo spunto Tito Faraci ha voluto, per divertimento, inventare un secondo tweet, lanciando una sfida per sviluppare quel nucleo narrativo ed espandere la storia. Si è quindi installata una dinamica di gioco che, in una sorta di partita a due, ha generato 404 tweet, scambiati nell'arco di 4 mesi a formare un vero e proprio romanzo giallo, con colpi di scena, suspense e un classico lieto fine da storia d'amore. Una storia talmente compiuta che è diventata un ebook, che raccoglie i tweet linearizzandoli come un vero romanzo, intervallandoli con illustrazioni, con una copertina e un frontespizio che vede in cima, nel posto solitamente destinato all'editore, il logo di Twitter. A differenza di *Scatola Nera*, *#tWeBook* non è un prodotto di mercato e resta liberamente scaricabile dalla rete. Il romanzo non ha un titolo, ma riprende l'hashtag dell'iniziativa come a porre l'accento non tanto sulla storia quanto sulla pratica che l'ha generata, e così conferma Bertola (Foresi, 2012): "il nome stesso dice tutto: è su Twitter, è scritta insieme, è un libro". Sulla rete *#tWeBook* è infatti nato, ha vissuto e vive, differenziandosi anche in questo dall'esperimento della Egan: non è studiato a tavolino, non è una sfida solitaria, non è pubblicizzato da una testata, non è tradotto, è un divertimento spontaneo, per giocare con le possibilità del linguaggio, della narrativa e di Twitter. Tanto che Einaudi, sul suo account Twitter, scriverà che gli autori di *#tWeBook* "fanno una cosa nuova: mettono insieme narrazione, improvvisazione e dialogo. I capisaldi di Twitter" (Foresi, 2012).

Si vuole qui riflettere sulla pratica che ha originato questi singolari esperimenti letterari. Da una parte – ed è il caso di *Scatola nera* – sembra trattarsi di espedienti editoriali partiti dall'alto, da chi i libri li scrive e li vende, dall'altra parte – e parliamo invece di *#tWeBook* – sembra essere una sorta di passatempo inventato grazie alle possibilità della rete, partecipativo, libero e gratuito, che non vuole fare marketing e nemmeno sfrutta applicazioni studiate appositamente per il gioco (come i cosiddetti *killing time games* che spopolano su Facebook), ma una semplice regola di funzionamento dello stesso Twitter.

Di questo potenziale implicito a Twitter si è accorta l'Einaudi, che ha cavalcato l'occasione per lanciare una delle prime iniziative social dedicate alla scrittura partecipativa, coinvolgere gli

utenti e creare comunità: *#storiebrevi*, narrazioni compiute, lunghe un solo tweet, da postare e condividere. Il claim dell'iniziativa, nonché citazione identificativa di @einaudieditore è la dantesca “Parla. E sie breve e arguto”: una sfida gratuita con il linguaggio e la narrazione, un gioco di abilità, come risolvere un cruciverba o, per restare nell'ambito social, fare una partita a Ruzzle trovando il più ampio numero di parole compiute nel minor tempo possibile.

La medesima idea di gioco con regola dei 140 caratteri ha ispirato l'iniziativa, partita lo scorso agosto, della *Società Dante Alighieri* per celebrare Giovanni Boccaccio e al contempo svecchiare l'ente, coinvolgendo il pubblico. Si tratta di ri-scrivere le novelle del *Decameron* in 140 caratteri esatti – twoosh, così si chiama il tweet perfettamente composto da 140 caratteri - con la possibilità di scegliere se lavorare sul contenuto e riassumere la storia, oppure sull'espressione e rielaborare la novella in rima, una doppia sfida che vede premiato un doppio talento. A proposito di quest'uso strategico di Twitter, Menduni (2011) spiega che “il gioco rende possibili strategie di coinvolgimento delle persone in una fase in cui il crowdsourcing rappresenta una risorsa di idee importante: chiedere la partecipazione degli utenti alla costruzione o al miglioramento di un marchio attraverso dinamiche ludiche è un modo per ottenere idee gratuite, generare interesse intorno al proprio brand e, non dimentichiamolo, tracciare le preferenze della propria clientela”. Media e case editrici partecipano al fermento dei social network, facendo leva, per il proprio marketing, sul bisogno di partecipare e comunicare. Alla domanda “perché una casa editrice sui social network?” di Matteo Bianconi (2011) Einaudi, Fazi e Isbn editore hanno risposto: “Credo che ascoltare, informare, condividere e coinvolgere siano priorità per chi vuol fare cultura”, “Essere sui social network significa ascoltare ancora più attentamente quello che i lettori hanno da dire. È scambio tra voci, tante e diverse”, “Per essere vicini ai lettori, per avere feedback, per fare PR e marketing diretto, per intavolare conversazioni, per divertirsi e fare brand”. Coinvolgere, scambiare, divertirsi in un dialogo che su Twitter gioca a farsi racconto: queste le parole chiave di una tendenza del web 2.0 alla ludicizzazione.

È stato Huizinga (2002) a individuare l'importanza del gioco come costante all'interno di differenti comportamenti culturali, una modalità che ritorna in contesti diversi. Il fenomeno *Twitter Novel* sarebbe incomprensibile senza considerare l'aspetto ludico sotteso al fenomeno, come spiega ancora Menduni (2011): “quella del gioco sembra essere in questo momento la modalità vincente sul mercato [...]: è infatti in atto un processo di «gamification», ossia l'applicazione di soluzioni di *gaming* anche a settori lontani da quelli strettamente legati al gioco”. Il caso delle *Twitter Novel* si colloca all'interno di questo processo di ludicizzazione, a sua volta innestato sul funzionamento del social network: un passatempo portato avanti per il piacere della sfida, per divertimento. Le *Twitter*

*Novel* possono essere lette allora come una ludicizzazione della scrittura e della lettura a partire da un contesto non considerato gioco, ma nel quale il gioco si è fatto strategia per il coinvolgimento degli utenti.

Se tanti sono gli aspetti che fanno divergere i due esperimenti presi in causa, è pur vero che alla base dell'idea sono riscontrabili tendenze comuni che hanno a che fare con la gamification del web 2.0 e che sono da una parte ricercate dagli utenti, dall'altra sfruttate e cavalcate dalle aziende. Twitter diventa così, per volere degli utenti, una macchina letteraria per giocare con le possibilità combinatorie del linguaggio e della narrativa e la *Twitter Novel* si inserisce in questo quadro come prodotto che, basandosi sulle caratteristiche della piattaforma, linearizza il risultato di una divertente sfida alle abilità degli utenti. Un dispositivo che molto ha delle idee sulla letteratura potenziale e sulla combinatoria che già aveva sviluppato l'Oulipo negli anni '60.

Twitter fa giocare gli utenti, proponendo una sfida in cui la regola è data dal suo stesso funzionamento. Si fa destinante di un far fare, di un'impresa che, alimentata dal divertimento, vede nella costruzione di un messaggio di 140 caratteri l'oggetto di valore, sanzionato positivamente dalla sua condivisione in rete per mezzo di Twitter, e dal fatto che, così, altri utenti potranno leggerlo, commentarlo, ri-twittarlo.

Seguendo ancora una volta Huizinga (2002), il gioco sarebbe "un'azione, o un'occupazione volontaria, compiuta entro certi limiti definiti di tempo e di spazio, secondo una regola volontariamente assunta, e che tuttavia impegna in maniera assoluta, che ha un fine in se stessa". Caillois (1958) riprende l'idea di un sistema di regole volontariamente stabilite e rispettate, pena l'esclusione, uno spazio calcolato, un rigore all'interno del quale è permessa massima libertà di invenzione. Lo studioso aggiunge che non si tratta di lavoro, perché non capitalizza nulla, ma poggia semplicemente sul piacere della vittoria rispetto a un ostacolo posto arbitrariamente.

Lo spazio del gioco è proprio quel vuoto da lasciare perché un dato meccanismo possa funzionare, uno spazio di libertà tra la regola e la sua applicazione, presupposto imprescindibile per un'attività che "vincola e libera" dice Huizinga (2002) e, seguendo ancora Caillois (1958): "consiste nella necessità di trovare, d'inventare immediatamente una *risposta che è libera nei limiti delle regole*. Questa libertà del giocatore, questo margine accordato alla sua azione è essenziale al gioco e spiega in parte il piacere che esso suscita". La regola di Twitter è una, semplice e chiara: ogni messaggio deve essere al massimo lungo 140 caratteri. Limite tecnologico della piattaforma, diventa una regola prefissata per il gioco della scrittura, una sfida fornita dallo stesso social network, che si fa quindi al contempo Destinante della performance e Antisoggetto che si oppone al fare creativo inserendo vincoli e barriere, richiedendo una competenza per essere affrontato e

aggirato. Ma è una competenza che sollecita il poter fare e il saper fare del Soggetto, tanto da far pensare che Twitter, con il suo ostacolo, sia un particolare tipo di Antisoggetto-Aiutante.

La tradizione della short story non nasce certo grazie al web 2.0 e ai suoi vincoli tecnologici: l'efficacia e la suggestione delle storie brevi era già nota ai grandi autori del secolo scorso, ma è pur vero che, a partire dalla forma sms, una certa idea di esperimento narrativo basato su un vincolo restrittivo ha iniziato a prendere piede. Con i 140 caratteri di Twitter la potenzialità narrativa sembra essere diventata deflagrante. Ma, seppure presenti un chiaro fattore ludico e sia connaturata al funzionamento di Twitter, l'idea del vincolo non è affatto una novità del web 2.0. Il gioco risponde all'ossimorica presenza di regole e libertà. È da questa constatazione che l'esperienza della Twitter Novel sembra riconducibile a un'altra esperienza letteraria, l'Ouvroir de Litterature Potentielle. È stato proprio l'Oulipo a proporre il concetto di vincolo – la *contrainte* – come elemento cardine della propria attività, tesa a ricercare una potenzialità letteraria altrimenti inespressa. Bartezzaghi (2004) spiega: “la contrainte è la siepe che recinge e delimita l'infinito del può. È qui che ritroviamo il fantasma della totalità, perché quello a cui costringe la contrainte non è solo la condanna a restare dentro al campo designato dalle regole: è anche la condanna a esplorarlo per intero, ovvero a non avere altri limiti”.

La sfida della *Twitter Novel* e le sue regole nascono per decisione spontanea di uno o più utenti, destinanti della propria impresa secondo un voler fare, i quali aderiscono a un game – un insieme di regole - per realizzare un play, un concreto atto di parole modulato secondo la restrizione di Twitter e quindi secondo un dover fare, capace di generare piacere. Data la restrizione, la sfida è scrivere un romanzo a colpi di 140 caratteri alla volta, mantenendo coerenza interna, nel rispetto delle regole della narrazione e del vincolo volontariamente imposto accettando il gioco, il patto con il quale entrare nella partita. Lo stesso identico meccanismo di sfida volontaria e autoimposta a fini creativi e ludici si riscontra nell'idea di letteratura dell'Oulipo e negli esperimenti dei suoi autori, basti pensare al modo in cui Queneau ha costruito i suoi noti *Esercizi di stile*.

Ci sono le regole, i giocatori aderenti, c'è una sfera comunicativa chiusa, differente da quella abituale, selezionata dall'hashtag dedicato, che identifica ogni messaggio come tweet specifico di quell'atto comunicativo, di quella *Twitter Novel*. Che questo tipo di scrittura abbia i caratteri del gioco e sia frutto della trasformazione in gioco di un'attività apparentemente non giocosa come l'uso di Twitter, sembra fuori dubbio. Fondamento del gioco, si è visto, è il rapporto tra vincolo e libertà, dinamica base delle Twitter Novel e cuore della teoria oulipiana: creare all'interno di una struttura regolata è infatti un atto voluto e libero, capace di incentivare l'immaginazione e aiutare

l'autore, come aveva colto anche Calvino (1950) parlando del lavoro di Raymond Queneau, fondatore dell'Oulipo: "la struttura è libertà, produce il testo e nello stesso tempo la possibilità di tutti i testi virtuali che possono sostituirlo. Questa è la novità che sta nella idea della molteplicità «potenziale» implicita nella proposta di una letteratura che nasca dalle costrizioni che essa stessa sceglie e s'impone".

I 140 caratteri vincolanti di ogni messaggio twittato diventano allora, da ostacolo, aiutante, un paradosso attanziale che vede la regola del gioco al contempo limitare il fare del Soggetto e garantirgli competenza secondo il potere, per portarlo poi alla realizzazione. Quella dell'Oulipo è infatti letteratura potenziale che, costringendosi in vincoli autoimposti, dà luogo a impensabili soluzioni narrative. Esattamente come nei giochi: la regola stimola l'immaginazione, chiude e apre allo stesso tempo. La regola è l'elemento scatenante del gioco potenziale, ciò che fa di Twitter un dispositivo ludico letterario, esattamente come erano per gli oulipiani le *contraintes* volontariamente imposte. Il vincolo, imponendosi, insiste e sollecita la competenza del Soggetto, che, posto davanti al divieto, subisce una modalizzazione secondo il potere. Ora, accolto l'infinito potenziale creativo sprigionato dal vincolo, suo compito sarà articolare questa possibilità secondo il proprio sapere, ovvero l'abilità, la destrezza, l'arguzia, l'immaginazione, per superare la prova creando un tweet di massimo 140 caratteri, che sia conforme alla storia e che sia, a sua volta, potenziale, permettendo così ad altri utenti di replicare il medesimo programma narrativo.

Il fare del soggetto è un *serio ludere*: un lavoro artigianale sulla parola che, nel più grande rispetto del regolamento che si è autoimposto per stimolare creatività, solletica la competenza del Soggetto posto davanti a una sfida che dovrà risolvere dimostrando abilità e apre spazi a una libertà creativa fonte di piacere. È la sfida il vero Oggetto di Valore, a fronte di un programma narrativo il cui destinante è l'utente Soggetto, ricercatore del piacere e mosso nella sua azione dall'euforia tipica del gioco che lo spinge ad accettare la sfida, a mettersi alla prova con se stesso grazie al vincolo aiutante/opponente. Costruire un tweet di 140 caratteri sarebbe quindi un programma d'uso secondario, finalizzato a raggiungere un Oggetto di valore più astratto, ma decisivo nel direzionare la performance del Soggetto: il piacere del gioco, il sottile prurito della sfida. In quest'ottica, la Twitter Novel sarebbe quindi un perfetto esempio di letteratura potenziale figlia delle avanguardie e di uno spirito giocoso tutt'altro che ingenuo, ma che anzi assume il gioco come un vero e proprio *modus operandi* per intendere la letteratura. Sulla scia delle idee oulipiane, i 140 caratteri per tweet potrebbero essere un'utile molla per la produzione di nuove trame e le Twitter Novel dimostrerebbero di funzionare su un principio tutt'altro che nuovo.

Caillois nel suo studio (1958) rintraccia quattro tendenze all'interno del grande mondo dei giochi: *agon*, *alea*, *mimicry* e *ilinx* e due principi regolatori, la *paidia*, il divertimento incontrollato, la libertà del gioco, che lo origina e alimenta la fantasia, e il *ludus*, l'arbitrarietà di regole e ostacoli, il "gusto della difficoltà gratuita". Dalle osservazioni fatte fin qui, nel caso della *Twitter Novel* sembra assumere particolare rilievo l'*agon*, la competizione, modulato secondo il principio prevalente del *ludus*. Le regole, già numerose nel meccanismo di costruzione di una storia, come si evince dagli studi strutturalisti di Propp e Lévi Strauss sulle funzioni narrative e la loro combinatoria, con Twitter aumentano. L'autore di tweet, aderendo al gioco, accetta una sfida. Può essere una sfida nei confronti di se stesso, come per *Scatola Nera* in cui Jennifer Egan si mette alla prova come autrice: è lei stessa, insieme al *New Yorker*, la destinante del programma d'uso che vuole vedere realizzato un romanzo in tweet. Ma può anche essere una sfida nei confronti di un avversario-alleato: Faraci e la Bertola sono sfidanti, ma tendenti a un unico obiettivo, quello cioè di articolare una storia in tweet. Il senso di questa sfida è, per Caillois (1958), provare piacere nel vedersi sfidato, vincitore di un ostacolo posto arbitrariamente: scrivere un romanzo via Twitter diventa un gioco di competizione e abilità, come gli scacchi, le trame dei romanzi gialli, i giochi linguistici dell'enigmistica. In prospettiva generativa si è già visto come Twitter sia destinante di un far fare: con il suo vincolo che blocca e al contempo aiuta, il social network induce il Soggetto a giocare, a mettersi alla prova nella sfida alla sua abilità per divertirsi producendo una micro-narrazione.

Non bisogna però dimenticare la natura 2.0 della *Twitter Novel*, e il fatto che sia condivisa su un social network. In questo caso l'*agon* si fa spettacolarizzato contaminandosi con la *mimicry*: il giocatore ha davanti a sé un pubblico, a cui dimostrare il proprio talento. Nel momento in cui invia un tweet, l'autore è sulla ribalta, sa infatti di essere letto da tutta la comunità di Twitter, che legge e che sanziona. Come nota Frank Rose (2010): "raccontare una storia [...] ci permette di attirare l'attenzione delle persone intorno a noi. Così ci diamo da fare per raccontare una storia, aggiungere dettagli a quelle di altre persone e offrire i nostri commenti, e in cambio riceviamo una ricompensa che alimenta il nostro ego". Ma l'*agon* è contaminato anche dall'*alea*: il giocatore fa perno sulle proprie abilità a causa di e grazie all'ostacolo, ma alcuni contesti lo mettono di fronte a imprevisti. È il caso degli snodi che si vengono a creare nel dialogo narrativo di un esperimento a quattro mani come *#tWeBook*: "il piacere - dice Caillois (1958) - nasce dal fatto di dover trarre il miglior partito possibile da una situazione che [il giocatore] non ha creato o da vicende che può dominare solo in parte [...] le associazioni di *alea* e *agon* sono un libero gioco della volontà che prende avvio dalla soddisfazione che si prova nel superare una difficoltà arbitrariamente concepita e volontariamente



accettata”. Non solo sfida alla *contrainte* di Twitter, ma alla stessa combinatoria narrativa, tanto che in questo Twitter da destinante si fa aiutante per la grande performance che porterà i Soggetti – destinatanti di se stessi secondo il volere – al piacere del gioco. Come in tutti i giochi, la sanzione finale vedrà un premio: la *Twitter Novel*, attraverso i suoi programmi d’uso e i diversi snodi narrativi, si costituirà come storia compiuta, terminando il gioco, il suo o i suoi autori saranno riconosciuti come tali dalla comunità di Twitter affermando così un rituale al contempo antico e 2.0.

Quella delle *Twitter Novel* è una pratica di gioco, una gara in cui è necessario produrre una storia in pochi caratteri, ed è altrettanto necessario che questa storia abbia un senso, una direzione precisa. Corrado Bologna (2009), con riferimento ancora una volta all’Oulipo, spiega: “la traccia che la scrittura segue è segnata dalla fatica di ricercare il nesso fra il senso e le strutture formali del testo, dalla gara inesauribile del *creatore* con le *contraintes* naturali della lingua e quelle artificiali della forma”. È una gara che al semiologo parla anche di interpretazione, di ruolo dell’autore e del lettore condensati nell’espressione “ricercare collegamenti tra le strutture formali e il senso”. Se nell’esempio della Egan la messa in discorso spetta a una persona, unica autrice che detiene il controllo totale sulla storia, il caso *#tWeBook* invita a un’ulteriore analisi. In questo romanzo a quattro mani, la *Twitter Novel* diventa un’azione discorsiva programmatica che prevede un costante faccia a faccia tra due Soggetti-Attanti, ciascuno con la propria strategia e il proprio programma (Greimas, 1980), come in un dialogo, analizzabili secondo lo schema del gioco. Non sorprende che il gioco sia da sempre assunto come metafora della comunicazione: tipicamente la partita a scacchi è presa quale esempio di atto comunicativo, si tratta di dire qualcosa, fare mosse che siano recepite e capite dall’interprete così come l’autore voleva. In *#tWeBook* la partita consiste nel costruire a ogni tweet un frammento di narrazione che vada correttamente a inserirsi nel solco del precedente, aprendo uno spazio per successive possibilità. Se il co-autore risponde, contribuendo a portare avanti la narrazione, avrà sanzionato – decretandola vincitrice – la mossa precedente, sulla quale potrà proseguire la partita. Non è che la situazione esplicitata da Eco in *Lector in fabula* (2004): l’interpretazione come partita tra il testo e il lettore. Il testo nasconde indizi che guidano le mosse interpretative del lettore (lettore che nel caso del romanzo a quattro mani su Twitter sarà anche il co-autore, il tu del dialogo) secondo una precisa strategia. L’autore costruisce infatti nel testo un lettore modello, una strategia il cui scopo è far seguire al lettore tutte le tracce, far sì che compia tutte le operazioni cognitive adeguate per la piena comprensione del testo. Costruire il lettore modello significa prevedere le mosse altrui – dell’avversario co-autore e lettore nel caso di *#tWeBook* – in una dinamica che corrisponde ancora una volta a quella del gioco, la classica partita

a scacchi. Non stupisce a questo punto il fatto che entrambi gli esempi di romanzi scritti su Twitter siano storie gialle: tipicamente giochi narrativi fatti di strategie, di detti, non detti, abili finzioni e stratagemmi, sfide al lettore, che raccontano di sfide lanciate a detective, poliziotti, spie, storie in grado di generare ulteriore suspense oltre a quella connaturata all'uscita cadenzata di ogni tweet, di ogni puntata. Scrive Eco (2004): "generare un testo significa attuare una strategia di cui fan parte le previsioni delle mosse altrui – come d'altra parte ogni strategia". Oltre alla competenza necessaria ad aggirare l'ostacolo dei caratteri, fornita dall'ostacolo stesso, cioè da Twitter, e a quella necessaria affinché il testo si sviluppi linearmente e in una precisa direzione secondo una corretta combinatoria, il romanzo costruito a quattro mani un tweet alla volta prevede anche un terzo tipo di competenza, quella relativa alle mosse dell'avversario, imprescindibile per la vittoria della gara.

Ogni tweet è una mossa rivolta all'interlocutore, che l'autore sfida, spesso manipolandone la competenza e aprendo con lui una gara fatta di finte e astuzie (far credere, far fare) aspetto che incentiva il divertimento e alimenta l'euforia del gioco, Tito Faraci dirà a questo proposito (Foresi, 2012): "improvvisiamo, in base ai reciproci tweet. Ci piace sorprenderci a vicenda". Ma questo dialogo deve garantire la realizzazione di una concatenazione di enunciati efficace, a suo modo portatrice di effetti di senso mirati, ed è qui che Twitter, oltre a far giocare l'utente, gioca con il suo pubblico. Autore e lettore sono i poli presupposti alla partita comunicativa, in dialogo tra loro. Ed è un dialogo autentico quello che avviene via Twitter nei fenomeni come *#tWeBook*, naturale e al contempo artificiale, perché, partendo da un discorso sociale autentico, installa un *débrayage* che inserisce nel romanzo due voci narranti differenti dagli autori reali, che crea un secondo dialogo, artificiale questa volta, quello della finzione di *#tWeBook*, un segno che non deve sembrare un segno, ma un naturale scambio comunicativo. Il dialogo su Twitter si fa finzione giustificatrice del racconto: gli autori non sono più Tito Faraci e Claudia Maria Bertola, l'io e il tu reali, nel momento in cui giocano, ma sono ciascuno il proprio avatar: @TitoFaraci e @AngiolettoFree, che a loro volta danno vita a un secondo *débrayage*, quello che crea la storia, fluente e lineare così come la si legge nell'ebook. Nel caso di *Scatola Nera*, questo processo subisce meno passaggi: fin da subito il racconto nasce come finzione narrativa, fuori dallo spazio dialogico di Twitter. Se l'autrice reale è la Egan, a postare i tweet, nel primo *débrayage* è una sola fonte, il *New Yorker*, una terza persona non intenzionata al dialogo, tanto che i Tweet sono caricati uno dopo l'altro in flusso, non come risposte via via generate nel corso di un dialogo-partita.

Come nel gioco, la sfera discorsiva creata è qualcosa di "altro" rispetto alla realtà, una sfera che sfrutta Twitter e i suoi avatar come espediente per un racconto, secondo la formula infantile "facciamo che io ero", isolandoli però dalla rete, da quel fondo partecipativo e sociale che

caratterizza il web 2.0. Secondo Menduni (2011) infatti “i SN attingono al concetto di «multiplayer», la capacità di rapportarsi contemporaneamente a più soggetti, magari del tutto sconosciuti, in una miscela di cooperazione e competizione”. Una miscela che è tipica del gioco e connota anche il fenomeno della *Twitter Novel* se si pensa anche, con Frank Rose (2010), che il web 2.0 “non risponde soltanto ai comandi dell’utente, ma lo stimola e lo spinge a contribuire, a commentare e quindi a entrare in questo nuovo mondo”. Ma se questo è valido per Twitter in generale, analizzando il processo comunicativo alla base della *Twitter Novel* la partecipazione dal basso sembra perdere importanza, classificando questa tipologia di narrazione giocosa e “social” come frutto di un old media: la fonte è una, il livello di mediazione è molto alto e il concetto di utente come prosumer, produttore e consumatore al tempo stesso, vacilla. La costruzione di un filo narrativo unico vincola la partecipatività 2.0: è difficile mantenere una coerenza narrativa forte se al gioco partecipa chiunque, sia in termini pratici (è prevedibile che a ogni “bivio” narrativo vengano twittate più prosecuzioni: come scegliere?) che narrativi (il rischio è di cadere in una rete potenzialmente infinita, aprire plurimi programmi narrativi d’uso perdendo di vista il programma principale). Il romanzo via Twitter richiede dunque un’altra regola di gioco: il ristretto numero di partecipanti. I due esempi di *Twitter Novel* presi in esame dimostrano di essere poco partecipativi nella costruzione interna: *Scatola nera* ha una sola autrice, *#tWeBook* è costruito a quattro mani, a turni regolamentati come in un dialogo, ma tra soli due utenti. È altresì evidente che gli altri utenti non hanno accesso all’intervento diretto nella costruzione del romanzo, quindi al gioco: sono spettatori, a cui è dato commentare ed esprimere pareri, ma che sono tenuti rigorosamente fuori dalla creazione del romanzo, dalla performance vera e propria, del divertimento creativo.

La *Twitter Novel* si conferma dunque ancora come prodotto non innovativo: l’effetto di senso dialogico che sfrutta è il medesimo di tanti romanzi costruiti sullo scambio epistolare o sulla finta derivazione da manoscritti, un espediente narrativo che si ispira a un mezzo nuovo, ma che non ha in sé nulla di nuovo.

Il successo della *Twitter Novel* è probabilmente legato alle caratteristiche del social network, come spiega bene Menduni (2001): in virtù della sua *contrainte* formale implicita, quindi della sua brevità e velocità “Twitter diventa di moda come un luogo più riflessivo, più legato alla parola scritta, ma anche alla brevità delle frasi, come una poesia giapponese”. Il fatto che si possano condividere anche contenuti multimediali non ha surclassato il ruolo preminente dato in Twitter alla parola scritta, che rende ogni tweet un testo rapido ed efficace, perché il limite di caratteri rende

difficile, se non impossibile (e questa è un'altra delle sfide da giocare per gli autori di *Twitter Novel*) inserire in ogni tweet sfumature o valutazioni complesse.

Prodotto al contempo vecchio e nuovo, la *Twitter Novel* si conferma un fenomeno di divertimento e piacere nel momento in cui, come per qualsiasi testo, si considera l'ipotesi di Barthes espressa ne *Il piacere del testo* (1973) sullo spazio di godimento che lega lettore e autore e che porta il primo a cadere della rete del secondo: “non è la «persona» dell'altro che mi è necessaria, è lo spazio: la possibilità di una dialettica del desiderio, di una *imprevisione* del godimento: che il gioco non sia già chiuso, che ci sia un gioco”. Scrivere e leggere, con penna e carta o con Twitter, è in fondo sempre un po' simile a giocare.

## Riferimenti bibliografici

- Aragona R. (a cura di), *La regola è questa. La letteratura potenziale*, Edizioni Scientifiche Italiane, Napoli, 2002.
- Bartezzaghi S. “Ingegni ed enigmi. Il gioco come meccanica della lingua” in *EC- Rivista on-line dell’AISS*, 30/7/2004, ultima visita 10/9/2013.
- Bartezzaghi S. (2013) *Il falò delle novità. La creatività al tempo dei cellulari intelligenti*, De Agostini Libri, Novara.
- Barthes R. (1973) *Le plaisir du texte*, Ed. Du Seuil, Paris (trad. it. *Variazioni sulla scrittura seguite da Il piacere del testo*, Einaudi, Torino, 1999).
- Caillois Roger, (1958) *Les jeux et les hommes*, Gallimard, Paris (trad. it. *I giochi e gli uomini*, Bompiani, Milano, 1981).
- Calvino I. (1950) *Introduzione* in Queneau R. *Segni, cifre e lettere*, Einaudi, Torino, 1981
- Campognoli R., Hersant Y. (a cura di) (1985) *Oulipo. La letteratura potenziale (creazioni, ricreazioni)*, Cooperativa Libreria Universitaria Editrice Bologna, Bologna.
- De Carolis C., Gambelli D. (a cura di), *Raymond Queneau. La scrittura e i suoi multipli*, Bulzoni editore, Roma, 2009
- Eco U. (2004) *Lector in fabula*, Bompiani, Milano.
- Egan J. (2012) *Black Box*, Constable & Robinson, London (trad. it. *Scatola Nera*, Minimum Fax, 2012)
- Greimas A.J. (1980) “A propos du jeu” in *Actes sémiotiques, Documents*, 13, EHESS e CNRS, Paris (trad. it. “A proposito del gioco” in *Miti e figure*, Esculapio, Bologna, 1995).
- Huizinga J. (2002) *Homo Ludens*, Einaudi, Torino.
- Menduni E., Nencioni G., Pannoizzo M. (2011) *Social Network. Facebook, Twitter, YouTube e gli altri: relazioni sociali, estetica, emozioni*, Mondadori Università, Milano.
- Queneau R. (1947) *Exercices de style*, Gallimard, Paris (trad. It. *Esercizi di stile*, Einaudi, Torino, 2001).
- Queneau R. (1950) *Bâtons, chiffres et lettres*, Gallimard, Paris (trad. it *Segni, cifre e lettere*, Einaudi, Torino, 1981).
- Rose F. (2010) *The art of immersion*, W. W. Norton & Company, New York (trad. it. *Immersi nelle storie. Il mestiere di raccontare nell’era di internet*, Codice Edizioni, Torino, 2013).

## Sitografia (ultima visita 10/9/2013)

- Coming Soon: Jennifer Egan’s “Black Box”*, in “The New Yorker”, 24/5/2012, <http://www.newyorker.com/online/blogs/books/2012/05/coming-soon-jennifer-egan-black-box.html>
- Bertola C. M., Faraci Tito (2013) #tWeBook, <http://www.finzionimagazine.it/wp-content/uploads/2013/02/tWeBook.pdf>
- Bianconi Matteo, *Tra letteratura e Twitter. Intervista a Einaudi, Fazi e Isbn* in “Fanpage”, 5/10/2011 <http://www.fanpage.it/tra-letteratura-e-twitter-intervista-a-einaudi-fazi-e-isbn/>
- Foresi D., #tWeBook: il racconto nato su Twitter diventa un ebook, 19/2/2013 <http://www.finzionimagazine.it/news/approfondimento-news/twebook-il-racconto-nato-su-twitter-diventa-un-e-book/>
- Foresi D., #tWeBook: intervista con gli autori, in “Finzioni Magazine”, 20/11/2012, <http://www.finzionimagazine.it/news/approfondimento-news/twebook-intervista-con-gli-autori/>
- Lisanti V., *Black Box, la tweet novel di Jennifer Egan*, 26/5/2012, <http://www.finzionimagazine.it/news/attualita-news/black-box-la-tweet-novel-di-jennifer-egan/>